

证券代码：002641

证券简称：永高股份

2021 年 12 月 14 投资者关系活动记录表

编号：2020-014

投资者关系活动类别	☐ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☐ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☐ 现场参观 ☒ 其他_____电话会议_____
参与单位名称及人员姓名	机构投资者： 中泰证券 孙颖 朱晋潇、淡水泉投资 原茵、汇丰晋信 邹英杰、长城自营 赵浩然、西藏源乘投资 曾尚、景林资产 Ivan_LJY、顶天投资 张超、中信资本 杨大志、歌斐资产 汪庆祥、国君自营 戴一览、中银基金 邵璟璐、长城基金 周诗博、海螺创投 祝仲宽、希瓦投资 洪俊骅、建信基金 李凳虎、华安基金 李晓峥、尚雅投资 常昊、交银理财 唐艺逸、太平资产 郑伟、国寿资产 和川、乘是资产 赵大海
时间	2021 年 12 月 14 日
地点	公司证券部
上市公司接待人员姓名	董事会秘书 陈志国、证券事务代表 任燕清
投资者关系活动主要内容介绍	一、介绍公司目前基本情况？ 公司前三季度营业收入 63.69 亿，同比增长了 34.01%，净利润 3.6 亿，同比下降了 33.08%，从前三季度经营情况来看，公司销售状态保持了不错的增长，成本由于前三季度原料涨幅较大，原料占成本的 80%左右，导致盈利状态不理想，虽然前三季度公司也有将产品出厂价格做了些调整，但原料涨幅较大，未能将原料涨价的幅度完全转嫁至下游。从 10 月中旬开始到目前，原料价格拐幅较大，公司成本压力会逐渐有所缓解，

	第四季度开始公司盈利能力会有所改善。 另公司于 12 月 1 日公告了《关于拟变更公司名称和证券简称的公告》，公司自上市以来，塑料管道、太阳能、电器开关插座等各类产品的销售一直都以“公元”品牌为主。近几年，公司侧重品牌的宣传，“公元”品牌市场认可度在提升，公司以“公元”品牌销售的产品占主营业务收入已达 85%以上，且公司围绕“公元”品牌打造的“公元”文化也已深入人心，“公元”已成为公司的代名词。为了品牌和名称相统一，拟将公司名称由“永高股份有限公司”变更为“公元股份有限公司”，证券简称由“永高股份”变更为“公元股份”。 二、截止目前恒大事件最新进展情况？ 恒大事件目前没有太大进展，公司已经对恒大地产及其成员企业分五个案件提起了诉讼，这些案件正在审理中，后续若有进一步进展我们会及时公告。 三、公司对 2022 年的规划及考核指标情况？公司百亿销售目标有没有变化？ 公司 2022 年的考核指标具体还未确定，但公司之前规划每年销售要有 15%-20%的增长。百亿销售目标，公司今年销售增长较大，从目前公司的增长和管理层的信心来看，能够在 2023 年或提前完成公司百亿销售目标，后期公司会同时注重销量和盈利能力的提升，之前公司侧重市占率较多，后面在销售增长的同时，也会提高公司的盈利能力。 四、公司完成股权激励条件有没有压力？ 公司今年推行股权激励是有一定的压力，因为今年随着原料成本的增加、股权激励费用及恒大事件的发生，都有不小的压力，但公司还在不断的努力，希望最终能够实现。 五、公司预计未来工装和家装的需求及定位？ 塑料管道整个行业的增长速度相对较低，行业竞争加剧，部分小企业被淘汰出局，但行业集中度在提升，头部企业都保
--	--

	持较好的增长速度。公司拓展市场的能力在不断的提升，目标是每年能有 15%以上的增长。家装业务公司近几年对其配置的资源也较多，从团队打造、品牌宣传、体系建设等多方面入手，家装业务目前也日趋成熟完善，业务规模也逐年增加，后期对公司的盈利贡献会越来越大，未来公司会把各子公司的家装业务统一到总部来，家装可能会发展的更快更好些。 六、公司除了恒大外其他客户有没有存在风险较大的情况？ 公司自恒大事件出来之后，对地产直接配送业务更加谨慎，其他地产商风险可控，其他地产商的结算目前是以现金、保理和信用证结算为主，按月结算，目前其他地产业务回款比较良性。 七、太阳能业务收入拆分情况及产能情况？ 公司全资子公司公元太阳能主营业务为太阳能组件和太阳能灯具，太阳能组件销售占比 65%左右，太阳能灯具占比 30%左右，剩余的其他业务占 5%左右。今年太阳能在安徽新建了生产基地，明年陆续会有产能出来，太阳能新建基地加现有的产能，太阳能组件具有 800MW、太阳能灯具具备 3000 万只的产能。 八、公司 PPR、PE、PVC 原料成本情况？ / PE、PPR 原料有波动，但波动较小，PVC 原料今年波动较大，公司采用以下方式减少原料采购成本，一大宗原料由公司总部统一协调采购，二公司采用现货和期货对部分原料价格进行价格锁定，另外考虑期货风险，同时引进期权，从公司采购策略来讲，用好套期保值的手段来降低原料采购成本的波动，随着操作经验的积累，这方面将对公司的正面影响会更多一些。 九、公司对成本的规划？ 公司把 2022 年定为提效年，公司通过以下几方面降本，
--	---

	一是配送成本，运输费用占销售收入的 2%-3%左右，随着江苏淮安、湖南岳阳的生产基地建成及公司市场区域的调整，按就近原则，就近服务区域客户，节省运输费用。二采购成本，进一步推进整个公司主要原料采用集中化采购，这样在采购价格上会有优势，另一方面原料价格波动较大，公司通过 PVC 套期保值去做，价格低的时候对现货和期货多储备一些原料。生产端从两个方面，一是内部产能实现在各个基地之间互相调剂，二是配方改进及加大数字化、智能制造的改进，通过产能合理的布局，提升数字化生产的效率，降低生产成本，提升公司整体盈利能力。 十、公司未来对渠道的规划？ 公司经销渠道在华东比较完善，未来会进一步深耕华东，在华东地区渠道下沉，下沉到乡镇及农村等。在华南、西南、华中、华北、东北等销售相对薄弱地区，公司一级经销商数量还会进一步增加。 十一、公司有没有考虑并购？ 若保证公司计划每年销售有 15%以上的增长，除了公司自己新建生产基地，也会考虑并购。公司并购对象会考虑塑料管道生产企业，重点是与公司在区域互补或产品结构上互补的企业，另外会考虑塑料管道上下游相关产业进行并购，或者是注塑设备或智能自动化设备生产企业，这些都是我们考虑的并购范围。 十二、公司每年计划销售 15%以上的增长，主要来自哪块？ 公司销售的增长还是以经销渠道为主，但从公司的角度来讲希望逐渐调整产品结构，提高附加值高的产品销售，包括家装管、给水管、消防管、农业养殖等管道。 十三、各项费用率的下降空间？ 公司费用率较其他同行业公司相对较高，但公司最近几年
--	---

	也有下降的趋势，一是销售端的增长带动单位成本的降低，二是内部持续推行相应的精细化管理效果显著，费用的控制带动费用率的降低。公司毛利率和净利率和同行业其他公司相比不高，费用率仍然有下降的空间。
附件清单(如有)	无
日期	2021 年 12 月 14 日